INCARE
INTERNATIONAL JOURNAL OF EDUCATIONAL RESOURCES
Volume 03, Number 01 June 2022

DEGRADASI MORAL DALAM PERSPEKTIF SEMIOTIKA ROLAND BARTHES PADA IKLAN LAYANAN MASYARAKAT "GADGET-SAD STORY"

Viena Wanidha Andriani
Institut Agama Islam Ibrahimy (IAI) Genteng Banyuwangi, Indonesia
e-mail: vienawanidha@gmail.com

Abstract

Iklan Layanan Masyarakat, sebagai salah satu teknik komunikasi kepada masyarakat, memiliki tujuan tertentu dan pesan moral penting yang menarik untuk ditelaah. Teori semiotika Barthes diterapkan dalam penelitian ini untuk menemukan makna denotatif, konotatif, dan mitos terkait dengan degradasi moral para pengguna gadget dalam Iklan Layanan Masyarakat berjudul "Gadget-Sad Story". Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Data diambil dari Channel Youtube Masdulloh Project dengan akses internet. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi dan dokumentasi. Ada beberapa hasil dalam penelitian ini; (1) menurunnya kepekaan sosial dan interaksi sosial, (2) hilangnya keharmonisan hubungan dalam masyarakat, (3) hilangnya rasa hormat kepada orang tua, dan (4) hilangnya kewaspadaan diri sebagai akibat dari penggunaan gadget tanpa kontrol yang baik.

Kata Kunci: *Degradasi Moral, Perspektif Semiotika Barthes, Iklan Layanan Masyarakat*

Abstract

Public Service Announcement, as one of the communication technique to the society, has certain purposes and important moral messages that are interesting to analyze. Barthes' semiotic theory applied in this research to find the denotative meaning, connotative meaning, and myth related to the moral degradation of gadget user in "Gadget-Sad Story". This research is a qualitative descriptive research. The data is taken from Masdulloh Project Youtube Channel by internet access. The data collection is done by observation and documentation. There are some results of this research; (1) the decline of social sensitivity and social interaction, (2) the loss of harmonious relationship in society, (3) the loss of respect to parents, and (4) the loss of self-awareness as the effect of using gadget without a good control.

Keywords: *Moral Degradation, Barthes' Semiotic Perspective, Public Service Announcement*

Accepted: May 02 2022	Reviewed: May 12 2022	Published: June 30 2022

A. Pendahuluan

Iklan sebagai salah satu bentuk strategi pemasaran, merupakan media komunikasi untuk menyampaikan pesan dan ideologi yang mengandung nilai-nilai persuasi bagi masyarakat. Iklan menurut (Kotler & Keller, 2005) adalah segala bentuk presentasi non-pribadi dan promosi gagasan, barang, atau jasa oleh sponsor tertentu yang harus dibayar. Schultz (dalam Aisyah: 4: 2001) mendefinisikan iklan sebagai bentuk komunikasi ide, barang atau layanan non-pribadi berbayar yang dilakukan oleh sponsor termasuk outlet media massa tradisional seperti televisi, majalah, surat kabar atau papan reklame. (Marris et al., 2000) mengatakan bahwa iklan sering terlihat dalam teori budaya sebagai simbol budaya di mana ia telah begitu meresap. Dari pendapat-pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa iklan merupakan suatu simbol budaya dalam bentuk komunikasi yang merepresentasikan gagasan terkait dengan barang, jasa maupun layanan yang diperuntukkan bagi masyarakat.

Sebagai salah satu unsur pokok, media menjadi penentu keberhasilan komunikasi dalam distribusi iklan. Dewasa ini penyebaran iklan dipermudah dengan adanya berbagai media online yang memanfaatkan jaringan internet. Kreativitas para pembuat iklan ditunjukkan baik dari segi visual maupun audio. Menurut Aisyah (2001:4) terdapat banyak jenis iklan, yakni dalam iklan TVC (*Television Commercial*) maupun cetak. Iklan TVC antara lain adalah iklan yang berada dalam TV, youtube, bioskop, dan lain-lain, sedangkan iklan cetak ialah iklan baris, *advertorial, display* dan iklan kolom. Iklan layanan masyarakat (ILM) merupakan salah satu bentuk iklan dengan nilai-nilai edukasi dan pesan-pesan sosial yang ditujukan bagi masyarakat. Iklan-iklan tersebut dibuat untuk meningkatkan kepedulian masyarakat terhadap masalah atau kondisi sosial yang sedang terjadi. Menurut (Kasali, 2007) ILM adalah suatu himbauan, anjuran, larangan atau ancaman yang ditujukan untuk masyarakat melalui media. ILM dibuat untuk membangkitkan kepedulian masyarakat untuk menghadapi dan menyikapi situasi yang dapat mengganggu keselarasan dan keharmonisan hidup.

Gadget – Sad Story merupakan salah satu ILM yang diproduksi oleh Masdulloh *Project* pada tahun 2018 yang dapat diakses melalui Youtube. Iklan tersebut merepresentasikan kondisi sosial masyarakat baik secara individu maupun kelompok di era digital dengan kemajuan teknologi yang sangat signifikan seperti saat ini. Selain manfaat yang luar biasa besar dalam memudahkan kehidupan masyarakat, gadget sebagai salah satu bentuk kemajuan teknologi

secara eksplisit juga memberi dampak terhadap kehidupan sosial masyarakat. Hilangnya kepekaan sosial dan rasa empati membuat keadaan ini menjadi dilema yang tidak pernah bisa mendatangkan solusi. Pola serta sistem kehidupan sosial masyarakat modern telah beralih dari kultur dan esensi yang seharusnya. Komunikasi dan interaksi secara langsung perlahan mulai ditinggalkan dengan sebuah persepsi yakni efisiensi. Kehadiran gadget sebagai bentuk modernisasi telah banyak mempengaruhi nilai-nilai moral dan kultural masyarakat terutama generasi muda. Degradasi moral menjadi salah satu dampak penggunaan gadget secara berlebih tanpa kontrol diri yang baik. Dalam (Nasional, 2008) degradasi bermakna munduran, kemerosotan, penurunan, (mutu, moral, pangkat). Degradasi moral dapat diartikan menurunnya kualitas moral dari seseorang karena suatu penyebab. Realita yang digambarkan dalam ILM Gadget – Sad Story memiliki pesan moral yang menarik untuk diteliti karena iklan tersebut merepresentasikan kondisi dan situasi yang terjadi saat ini di tengah masyarakat akibat kemajuan tenologi secara masif.

Barthes merupakan salah satu tokoh strukturalis Perancis yang mengembangkan ilmu semiotika, yaitu hubungan antara tanda dan bahasa. Pemikirannya dipengaruhi oleh pemikiran strukturalisme sebagai kritik atas eksistensialisme dari para pendahulunya. mengambangkan ilmu semiotika. Semiotika memandang fenomena sosial dan budaya sebagai sebuah tanda (*sign*) yang memiliki makna. Barthes dalam (Poespowardojo & Seran, 2016) mendefinisikan semiologi sebagai pengetahuan (*logos*) tentang sistem tanda (*semeion*), baik yang digunakan secara denotatif maupun konotatif dimana pengetahuan tantang sistem tanda merepresentasikan realitas sosial yang timbul sebagai mode, tiruan, dan peran subjek di dalamnya. Suatu tanda merupakan segala hal yang dapat diambil sebagai penanda yang memiliki arti krusial untuk menggantikan sesuatu yang lain. (Barthes, 1967) menyatakan bahwa semiologi adalah ilmu tentang bentuk karena mempelajari penandaan selain diluar konten atau isi. Dalam pandangan semiotika Barthes dalam (Strinati, 2003) makna tercipta dari sistem tanda secara historis dan semiologi terkait dengan produksi makna yang disebut "proses penandaan".

Penelitian yang relevan dengan kajian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh (Febrianti, 2019) dengan judul "Analisis Semiotika Iklan Layanan Masyarakat Bermain Games di Handphone Versi Masdulloh". Meski memiliki objek kajian yang sama, teori yang digunakan berbeda dengan penelitian ini. Penelitian tersebut dianalisis menggunakan teori semiotika Pierce, sedangkan dalam penelitian ini teori yang diaplikasikan adalah teori semiotika Barthes. Hasil penelitian menunjukkan pemaknaan simbol mengarah pada pesan sosial yakni pengaruh

buruk penggunaan handphne secara berlebih. Penelitian kedua dilakukan oleh (Wicaksono & Fitriyani, 2021) yang berjudul "Analisis Semiotik Rolland Barthes pada Iklan Televisi Pertamina Edisi Ramadhan 1442 H". Hasil penelitian menunjukkan bahwa iklan tersebut memiliki dua tujuan, yaitu mempromosikan produk terbaru dan meningkatkan citra perusahaan. Meskipun menggunakan teori semiotika yang sama, namun objek kajian berbeda dengan penelitian ini.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif dimana peneliti menganalisis data primer dan data pendukung lainnya yang relevan untuk memudahkan serta memperjelas hasil penelitian. Data dalam penelitian ini diakses dari *channel* Youtube dengan nama akun Masdulloh yang memiliki 6,75 ribu *subscriber*. Iklan ini diproduksi oleh *Masdulloh Project* dan rilis pada tanggal 17 Februari 2018 dengan durasi 2 menit dan telah ditonton oleh sekitar 810.000 *viewer*. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi dan dokumentasi. Setelah menentukan iklan yang akan dikaji melalui media *online Youtube*, kemudian melakukan observasi dengan cara menonton keseluruhan iklan lalu mendokumentasikan setiap adegan yang akan dianalisis.

Paradigma semiotika Barthes digunakan untuk memaknai tanda yang ditampilkan dalam adegan-adegan pada iklan *Gadged Sad-Story* sehingga dapat diketahui makna yang dikonstruksikan dalam iklan tersebut. Pemikiran Barthes berdasar pada pada pemikiran Saussure tentang semiologi. Menurut Barthes ada tiga komponen yang dinilai melalui sistem tanda tersebut, yaitu denotasi, konotasi, dan mitos. Denotasi merupakan makna signifikasi tingkat pertama yang menelaah tanda dari sudut pandang bahasa atau makna secara harfiah. Selanjutnya, masuk pada tahap kedua, yakni konotasi sebagai penafsiran yang muncul sebagai interpretasi dari makna denotasi. Makna konotasi menurut (Barthes, 1967) merupakan tanda-tanda dari sistem yang dilambangkan dan tanda-tanda tersebut dikelompokkan bersama untuk membentuk suatu konotator. Mitos menafsirkan angggapa baru dimana ideologi tercipta. Mitos memiliki pola tiga dimensi; penanda *(signifier*), petanda (*signified*), dan tanda (*sign*). Tetapi mitos adalah sistem yang khas, karena ia dibangun dari rantai semiologis yang ada sebelumnya (Barthes, 1967).

C. Hasil dan Pembahasan

Analisis semiotika Barthes mencakup tiga makna, yakni, denotatif, konotatif, dan mitos. Dalam iklan layanan masyarakat *"Gadget Sad-Story'*, ada beberapa adegan yang ditampilkan dari awal hingga akhir. Adegan-adegan

tersebut secara visual ditampilkan dengan disertai cerita. Gambar di setiap adegan dianalisa berdasarkan tiga konsep makna dalam semiotika Barthes. Berikut adegan pertama yang dianalisa dari potongan video iklan;

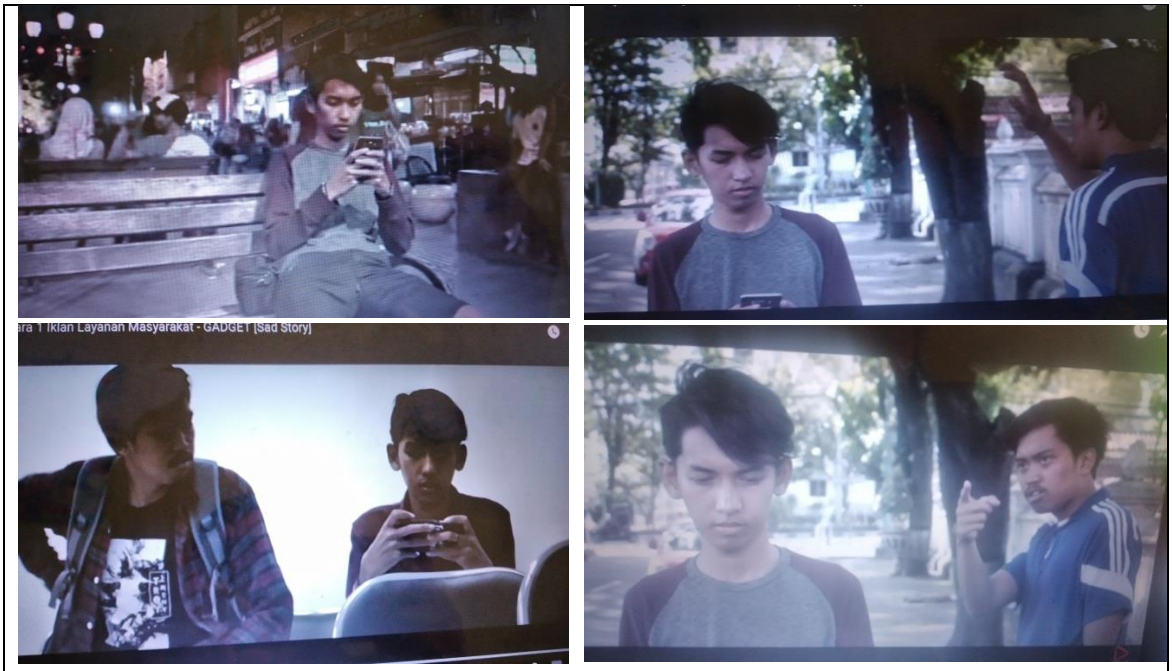
Scene 1

Monolog: Beginilah kehidupan saat ini, menggantungkan diri pada teknologi, seakan hidup sendiri.

Denotasi	Konotasi
Pada *scene* 1 tampak sebuah tiang penunjuk arah yang lokasinya adalah di Yogyakarta. Semua arah yang ditunjukkan adalah lokasi umum yang pasti dikunjungi oleh banyak orang seperti pasar dan tempat wisata. Terlihat banyak orang berakivitas di jalan atau taman yang sibuk dengan *gadget* masing-masing.	Adegan tersebut merepresentasikan realita saat ini dimana *gadget* tidak bisa dipisahkan dari keseharian masyarakat. Tiang penunjuk arah memperlihatkan lokasi-lokasi publik yang semestinya ramai dkunjungi, seperti Keraton, Taman Sari, pasar dan lain-lain. Seharusnya ruang publik menjadi tempat berlangsungnya interaksi secara konsisten antar individu. Namun, kondisi yang kontradiktif diperlihatkan dengan banyaknya orang yang asik berkomunikasi dengan *gadget* di dunia maya.

Mitos : Kemajuan teknologi memiliki manfaat yang besar bagi kelangsungan hidup manusia, namun kehadirannya juga banyak mempengaruhi keharmonisan interaksi antara individu dengan yang lainnya karena banyak orang yang kemudian cenderung menjadi individualis dan asik dengan aktivitasnya di dunia maya. Diharapkan iklan tersebut dapat menumbuhkan kesadaran masyarakat sebagai mahluk sosial akan pentingnya berinteraksi dengan orang lain dan lingkungan agar tercipta keseimbangan dan harmonisasi dalam kehidupan.

Scene 2

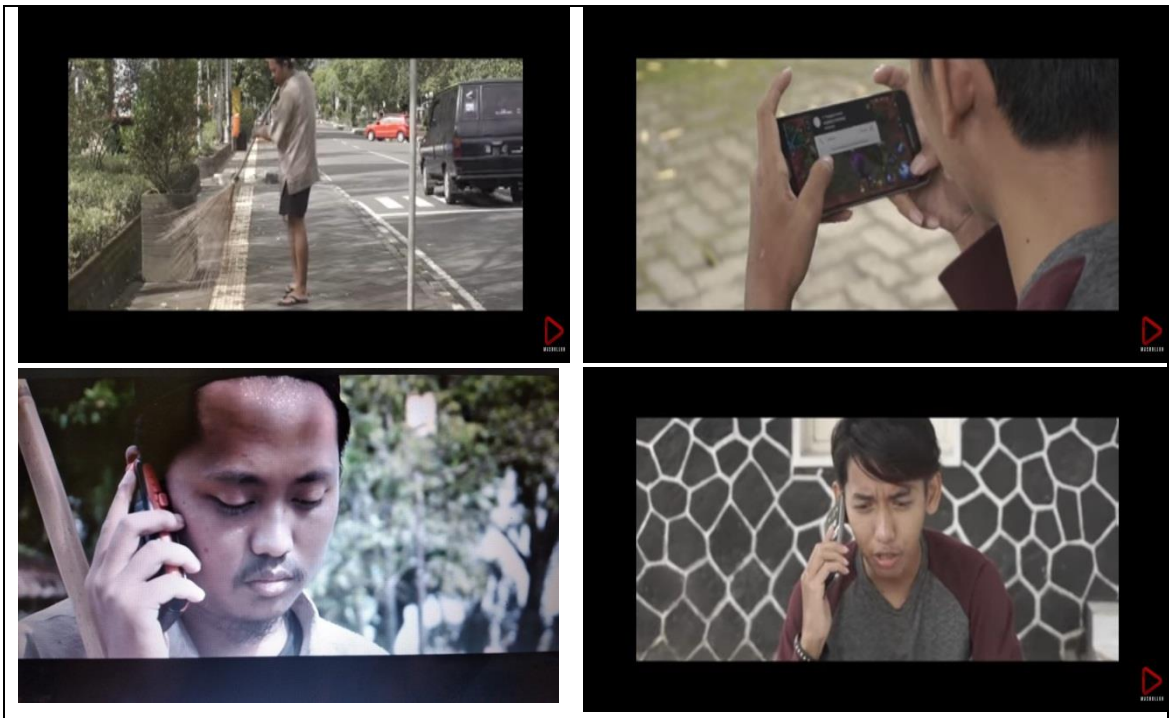


Monolog: Sama sepertiku, setiap hari tidak bisa lepas dari alat ini. Sampai lupa dengan kanan kiri. Aku tak mengenal waktu, semua sahabatku menjauhiku.

Denotasi	Konotasi
Dalam *scene* ini ditampilkan seorang laki-laki (sebagai tokoh yang diceritakan) juga tidak berbeda kondisinya dengan kebanyakan orang yang ditampilkan pada *scene* 1 dimana dia sibuk dengan *gadget* di tangannya dimanapun dia berada. Bahkan ketika teman-temannya menyapa dan mengajaknya berinteraksi, dia sama	Adegan ini menunjukkan bagaimana *gadget* mampu mengalihkan perhatian para penggunanya sehingga tidak memiliki kepekaan untuk merespon apa yang ada di sekitarnya. Hal tersebut menimbulkan kekecewaan dan kemarahan orang lain yang ditampilkan dengan raut muka dan gerak tubuhnya bahkan salah satu temannya pergi

sekali tidak menghiraukan bahkan asik dengan handphone di tangannya.	meninggalkan dia karena tidak dianggap keberadaannya.
Mitos: Ketika pengguna *gadget* tidak bisa mengendalikan dirinya, dia akan cenderung memusatkan perhatian pada benda tersebut sehingga sibuk sendiri dan enggan memperhatikan apapun yang ada disekitarnya. Diharapkan dengan iklan tersebut, masyarakat dapat mengontrol penggunaan gadget terutama ketika menyikapi situsi atau kondisi yang mengharuskan dirinya menghargai keberadaan dan sikap yang ditunjukkan orang lain kepadanya sehingga tidak ada kekecewaan yang akhirnya dapat menimbulakan keeengganan dan kesenjangan antara dirinya dengan orang-orang disekelilingnya.	

Scene 3



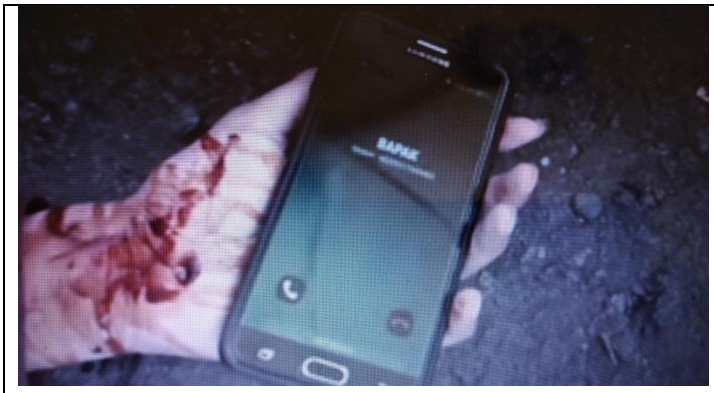
Monolog: Kuliah tak tentu arah. Orang tuaku mengingatkanku tanpa lelah.Aku sampai resah. Aku pun semakin menjadi-jadi, “Halo, Bapak gimana sih? Aku tuh lagi main, ngga boleh ditelpon kan jadi kalah aku, ah!”	
Denotasi	**Konotasi**
Pada *scene* tersebut nampak laki-laki tersebut terus bermain game hingga lupa dengan kewajibannya sebagai seorang mahasiswa. Terlihat seorang	Adegan tersebut menunjukkan bagaimana penggunaan *gadget* yang tidak terkontrol dapat merusak masa depan yang seharusnya dipersiapkan

laki-laki sedang menyapu jalanan. Lelaki tersebut adlah bapak dari anak muda yang diceritakan. Dia menelpon anaknya berulang kali sambil bekerja. Dia Nampak khawatir dan mencoba untuk menanyakan keadaan melalui *gadget*. Tampak anaknya menekan tulisan menolak (reject) panggilan dari bapaknya karena tidak ingin menghentikan game yang sedang dimainkan.	dengan baik. Adegan bapak menelpon, menunjukkan besarnya rasa cinta kasih, dan kepedulian orang tua terhadap anaknya. Perjuangan orang tua mencari nafkah untuk masa depan anak tanpa lelah seharusnya dibalas dengan bakti dan cinta kasih yang besar, bukan dengan bantahan serta ketidakpedulian. Kondisi bapak dari anak muda tersebut merepresentasikan fakta-fakta yang sering ada saat ini, dimana orang tua dengan kondisi ekonomi yang kurang baik berbanding terbalik dengan kondisi anak yang memiliki gaya hidup terlalu tinggi.
Mitos: Kecanduan *gadget* dapat memicu prilaku yang kurang baik seperti timbulnya rasa acuh terhadap orang lain, kurangnya kepedulian, bahkan rasa hormat. Hal tersebut banyak terjadi padda generasi saat ini yang tidak jauh berbeda dari apa yang ditampilkan pada iklan tersebut. Dengan cerita berdasarkan realita yang ditunjukkan dalam iklan tersebut, masyarakat terutama generasi muda diharapkan dapat menyadari bahwa peran orang tua sangat besar dalam kehidupan kita, sehingga rasa sayang dan hormat harus dijaga agar tidak menyakiti dan mengecewakannya. Orang tua adalah figur yang berperan besar untuk keberhasilan kita di masa depan dan telah banyak berkorban dalam kehidupan kita sehingga wajib bagi kita mengutamakan rasa sayang dan hormat pada mereka.	

Scene 4

Monolog: Hingga akhirnya, aku diingatkan	
Denotasi	**Konotasi**
Pada *scene* keempat terdapat adegan laki-laki tersebut menyebrang jalan dengan kondisi tangan yang masih asik memainkan *gadget* sehingga dia tidak menyadari bahwa ada sebuah mobil yang melaju ke arahnya.	Menurunnya fokus pikiran manusia karena kecanduan *gadget* menjadi masalah yang sangat serius dan dapat membahayakan diri sendiri. Menurunnya tingkat kewaspadaan dapat membawa dampak buruk dalam kehidupan yang bahkan dapat berakibat fatal. Apa yang ditampilkan dalam iklan tersebut menunjukkan betapa buruknya dampak kecanduan gadget bagi manusia, seperti laki-laki tersebut, dimana dia tertabrak oleh sebuah mobil akibat kelalaiannya sendiri.
Mitos : Faktanya, banyak kejadian di tengah masyarakat terkait dengan bagaimana suatu musibah terjadi akibat kelalaian, atau lebih tepatnya hilang fokus akibat menggunakan gadget. Iklan tersebut merepresentasikan kejdian-kejadian yang banyak tetjadi saat ini akibat terlalu asik mengoperasikan gadget sampai lupa dengan kewaspadaan diri. Iklan tersebut mengingatkan masyarakat akan pentingnya memperhatikan situasi dan meningkatkan ketelitian agar terhindar dari hal-hal yang tidak diinginkan.	

Scene 5

	
Monolog: -	
Denotasi	**Konotasi**
Dalam *scene* terkhir terlihat tangan dari laki-laki	Kesan tragis dan miris

tersebut yang tergeletak di jalan dalam kondisi berlumuran darah sambil tetap menggenggam *gadget* di tangannya. Tampak dalam layar *gadget* nama kontak "bapak" masih memanggil.	terhadap laki-laki tersebut menjadi sebuah penutup yang sangat mendalam pesannya. Kondisi tidak berdaaya yang ditampilkan dengan tangan tergeletak berlumuran darah sambil memegang gadget merupakan teguran keras yang ditujukan pada masyarakat khususnya pengguna *gadget*. Barang kecil tersebut dapat menghilangkan sesuatu terbesar yang kita miliki bahkan menghancurkan dan merampas dunia nyata kita. Dampak paling buruk terhadap penggunaan gadget adalah kematian. Nama panggilan "bapak" merupakan wujud citra bahwa keluarga terutama orang tua adalah orang-orang yang memiliki cinta kasih serta ikatan batin yang kuat dengan kita. Keluarga adalah orang-orang yang akan selalu mempedulikan kondisi kita sehingga dengan mengecewaakan serta tidak menghormati mereka adalah hal yang sangat dimurkai Tuhan.
Mitos : *Scene* tersebut adalah kejadian terburuk sebagai efek penggunaan g*adget* tanpa kontrol diri yang baik. Himbauan pada masyarakat luas tentang pentingnya kewaspadaan diri, pentingya rasa hormat, dan patuh pada keluarga terutama orang tua yang telah banyak berjasa bagi kehidupan kita karena	

berkat doa-doa mereka maka Allah akan memberikan kemudahan dan keselamatan dalam menjalani hidup. Adegan tersebut menunjukkan bahwa orang tua adalah orang yang akan selalu mencintai, menyayangi, dan mengkhawatirkan kita.

Dari pembahasan di atas terlihat bagaimana penurunan kualitas moral terjadi akibat penggunaan *gadget* yang berlebihan. Keharmonisan hidup tidak lagi ada karena manusia lebih sibuk berinteraksi di dunia maya daripada dunia nyata. Degradasi moral generasi muda akibat penggunaan *gadget* menjadi masalah serius yang dapat mengancam eksistensi baik individu maupun kelompok. *Scene* 1 menunjukkan rasa acuh terhadap lingkungan. *Scene* 2 menunjukkan bahwa manusia lebih tertarik dan menikmati dunia maya daripada dunia nyata sehingga menurunkan harmonisasi dalam kehidupan bermasyarakat. *Scene* 3 menunjukkan ketidakhormatan seorang anak terhadap orangtua yang telah banyak berjasa dalam hidupnya, *scene* 4 menunjukkan betapa mirisnya penggunaan bgadget tanpa kontrol yang dapat mengalihkan perhatian dan menurunkan tingkat kewaspadaan para penggunanya. *Scene* 5 memperlihatkan betapa pedulinya orang tua terhadap anaknya, dan besarnya rasa cinta meskipun telah dikecewakan.

Dari pembahasan tersebut dapat disimpulkan bentu-betuk degradasi moral yang ditampilkan dalam ILM *Gadget Sad-Story*, yakni; (1) timbulnya rasa acuh dan hilangnya respon atau kepekaan sosial, (2) minimnya interaksi antar individu dan sikap menghargai yang menyebabkan hilangnya keharmonisan, serta menimbulkan kerenggangan (3) hilangnya rasa hormat dan taat pada keluarga terutama orang tua, (4) menurunnya tingkat kewaspadaan dan perhatian terhadap diri sendiri yang dapat dan membahayakan keselamatan. Peran dan kasih sayang orang tua adalah kunci bagi kesuksesan dan keselamatan diri karena keluarga yang akan selalu mendukung, melindungi dan mengasihi kita.

D. Simpulan

Kehadiran *gadget* yang multifungsi sebagai ikon modernitas tidak hanya membawa dampak yang baik, tetapi juga memiliki dampak yang buruk jika masyarakat sebagai pengguna tidak bisa mengontrol dirinya. Pergeseran nilai sosio-kultural menjadi penanda bahwa saat ini banyak individu yang mengalami kecanduan gadget sehingga tidak bisa mengatur penggunaannya. Hal tersebut ditampilkan pada ILM dengan judul *Gadget-Sad Story* yang menunjukkan degradasi moral akibat tidak bisa mengatur penggunaan *gadget*. Menurunnnya kepekaan sosial, interaksi sosial, dan keharmonisan antar individu, hilangnya rasa hormat terhadap orang tua, dan kewaspadaan atau kepedulian terhadap diri sendiri

adalah bentuk-bentuk penurunan kualitas moral sebagai dampak penggunaan *gadget* tanpa kontrol yang baik dalam ILM *Gadget Sad-Story*.

Daftar Rujukan

Barthes, R. (1967). Elements of Semiology, trans. *Annette Lavers and Colin Smith (New York: Hill and Wang, 1968)*, *14*.

Febrianti, R. (2019). *ANALISIS SEMIOTIKA IKLAN LAYANAN MASYARAKAT BERMAIN GAMES DI HANDPHONE VERSI MASDULLOH PADA YOUTUBE*. FISIP UNPAS.

Kasali, R. (2007). Manajemen periklanan konsep dan aplikasinya. *Jakarta: Pustaka Utama Grafiti*.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2005). Manajemen Pemasaran, Jakarta: PT. *INDEKS Kelompok Gramedia*.

Marris, P., Thornham, S., & Bassett, C. (2000). *Media studies: A reader*. NYU Press.

Nasional, D. P. (2008). *Kamus besar bahasa Indonesia pusat bahasa*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Poespowardojo, T. M. S., & Seran, A. (2016). Diskursus Teori-Teori Kritis: Kritik Atas Kapitalisme Klasik, Modern, dan Kontemporer. *Jakarta: Kompas*.

Strinati, D. (2003). Popular Culture Pengantar Menuju Budaya Populer. *Yogyakarta: Bentang Budaya*.

Wicaksono, A. R., & Fitriyani, A. H. D. (2021). Analisis Semiotik Roland Barthes Pada Iklan Televisi Pertamina Edisi Ramadan 1442 H. *Acintya*, *13*(2), 155–164.